



## SECANGKIR KOPI : POTRET ANTARA KEARIFAN LOKAL DAN GAYA HIDUP MASA KINI

Atik Purwasih<sup>a,1\*</sup> dan Anita Lisdiana<sup>a,2\*</sup>

<sup>a</sup> Institut Agama Islam Negeri Metro, Lampung, Indonesia

Informasi artikel	ABSTRAK
Sejarah artikel: Diterima : 8 April 2022 Revisi : 25 Mei 2022 Dipublikasikan : 30 Juni 2022	<i>perubahan secangkir kopi yang bermula dari kearifan local menjadi gaya hidup masa kini. Metode yang digunakan adalah metode deskriptif dan studi kepustakaan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa : kopi asal Indonesia memiliki tempat di kancah global. Pada mulanya kopi merupakan minuman tradisional yang menunjukan kearifan local di Indonesia. Saat ini secangkir kopi menjadi trend secara global. Seperti adanya starbucks yang juga tersebar di berbagai wilayah di Indonesia. Hal ini menunjukan perubahan yang perlu diperhatikan agar kearifan local tetap terjaga dengan seiring perkembangan zaman.</i>
<b>Kata kunci:</b> Secangkir Kopi, Kearifan Lokal, Gaya Hidup	<b>ABSTRACT</b> <i>The purpose of this study is to see how a cup of coffee changes from local wisdom to today's lifestyle. The method used is descriptive method and literature study. The results of this study indicate that: coffee from Indonesia has a place in the global arena. At first coffee is a traditional drink that shows local wisdom in Indonesia. Currently a cup of coffee is becoming a trend globally. Like the Starbucks which is also spread in various regions in Indonesia. This shows changes that need to be considered so that local wisdom is maintained along with the times.</i>
<b>Keywords:</b> <i>A cup of coffee Local culture Lifestyle</i>	

Copyright © 2022 (Atik Purwasih, dkk.) All Right Reserved

### Pendahuluan

Masyarakat dunia lekat dengan globalisasi yang dianggap sebagai proses untuk menghasilkan kebudayaan yang baru. Di era globalisasi ini perkembangan semakin cepat menyebar di masyarakat yang dimaknai sebagai hal yang biasa dan dapat mengubah kehidupan masyarakat dengan pesat dan menyeluruh. Kehidupan masyarakat tentu tidak bisa lepas dari apa yang dinamakan globalisasi yang secara tidak langsung menciptakan gaya hidup era kekinian. Analoginya berdasar pada globalisasi yang dianggap sebagai *global interconnectedness* di kehidupan kita, artinya terdapat proses globalisasi berupa pergerakan,

percampuran, penyebaran, pertukaran hingga keterjalinan yang didapatkan dari proses interaksi sehingga menghasilkan sebuah kebudayaan baru (Kusasi, 2010, hlm. 29). Dari proses yang mengglobal ini dianggap sebagai hal konkret dari globalisasi itu sendiri mengenai gambaran homogenisasi yang harus mendominasi.

Globalisasi lekat dengan perubahan tatanan hidup masyarakat ke arah yang maju, mengglobal, menyeluruh ke dalam aspek kehidupan masyarakat sehingga laju globalisasi ini mengarah pada proses yang berkesinambungan satu sama lain (Hufad, dkk, 2016, hlm. 4). Sebagai sebuah fenomena globalisasi ini mengarah pada perubahan sosial di masyarakat yang pada hakikatnya terjadi secara dinamis. Pepatah mengatakan “*Think Globally, Act Locally*” harus menjadi sebuah acuan dalam mengatasi berbagai dampak globalisasi dengan cara berpikir kreatif bagaimana caranya kita berpikir global namun tetap menjadikan unsur lokal sebagai ideologi kita. Dengan konsep tersebut kita dapat memahami perkembangan global yang memiliki kompleksitas ini dijadikan dasar untuk bertindak dan berkarya.

Dalam bidang kuliner, globalisasi hadir dengan perkembangan yang cukup pesat dan signifikan. Bukan hanya sekedar bagaimana kebutuhan pangan dapat terpenuhi tetapi saat ini kuliner menjadi gaya hidup masyarakat di era global. Kuliner menjadi ciri khas sebuah daerah dan menjadikannya sebagai sebuah identitas lokal. Sehubungan dengan identitas lokal, Indonesia sebagai negara yang multikultural memiliki jenis kuliner yang beragam dari yang sifatnya tradisional hingga modern. Kuliner lokal yang sudah mendapat pengakuan dunia adalah Rendang dan menjadikannya sebagai makanan terlezat di dunia sehingga menjadi sebuah bentuk identitas lokal Indonesia dalam hal kuliner.

Rendang yang sudah menjadi identitas lokal Indonesia, juga membuka peluang berbagai kuliner lainnya untuk berkembang menuju arah yang mengglobal. Salah satunya adalah, keberadaan kopi yang juga dianggap sebagai identitas lokal Indonesia. Keberadaan kopi ini jika ditelusuri dalam sejarahnya memang bukan merupakan tanaman asli Indonesia, namun kopi Indonesia ini dianggap memiliki aroma dan cita rasa yang khas dan menjadi diminati masyarakat dunia dibandingkan kopi dari negara lain. Indonesia terbentang dari Sabang hingga Merauke menjadikan setiap daerah di Indonesia memiliki ciri khas kopi masing-masing. Seperti pada dataran Sumatera terkenal dengan kopi Gayo dan Mandailing, dataran Jawa terkenal dengan kopi Aroma, dataran Sulawesi terkenal dengan kopi Toraja dan berbagai daerah lainnya.

Kopi juga dianggap tidak mengenal kaum muda dan tua, kopi tidak mengenal pria maupun wanita, itulah kopi. Secangkir kopi dapat memotret identitas budaya dan gaya hidup yang mengglobal.. Jika dikaitkan dengan fenomena globalisasi ini kopi dapat diarahkan sebagai gaya hidup, artinya kopi dijadikan dasar dalam pengembangan gaya hidup masyarakat era kekinian. Secangkir kopi, dapat memotret kearifan lokal dan gaya hidup masa kini, inilah yang menarik untuk dibahas.

Gaya hidup masyarakat saat ini yaitu budaya “nongkrong” menjadikan secangkir kopi menjadi teman setia untuk menemani obrolan dan aktivitas nongkrong itu sendiri. Seperti kehadiran Starbucks yang merupakan salah satu kedai kopi asal Seattle Amerika yang menjual kopi sebagai salah satu produknya. Banyak masyarakat kita yang memiliki hobi untuk nongkrong di Starbucks sekedar menghabiskan waktu bersama teman-teman. Kehadiran Starbucks ini dianggap mengglobal bagaikan fenomena McDonaldisasi yang mengglobal ke seluruh dunia.

Starbucks pun melakukan ekspansinya ke Indonesia sekitar tahun 2002 tepatnya di ibukota Jakarta. Starbucks begitu diminati masyarakat kita sebagai sebuah pilihan untuk bercengkrama bersama teman-teman atau sekedar menghabiskan waktu disana dengan menikmati secangkir kopi. Namun, kehadiran Starbucks di Indonesia tidak semata-mata menggunakan kopi yang diimpor dari Amerika saja yang menggunakan kopi arabika asal Afrika atau Amerika Latin. Artinya bahwa Starbucks di Indonesia masih menggunakan produk lokal yaitu kopi asal Indonesia sebagai produk yang dijualnya. Seperti yang diungkapkan Kusasi (2010, hlm.76) bahwa Starbucks region Asia khususnya Indonesia lebih banyak menggunakan kopi dari Sumatera dan kopi Sumatera ini menjadi favorit dari para konsumen masyarakat dunia. Hal itu disebabkan karena Indonesia merupakan negara dengan produsen kopi ketiga terbaik di dunia karena memiliki biji yang berkualitas dan aroma cita rasa yang khas. Kita patut bangga bahwa kopi Indonesia diminati masyarakat dunia, dan hal itu menjadikannya sebagai sebuah identitas lokal yang mengglobal.

## **Metode**

Dalam kajian ini, peneliti menggunakan metode berupa metode deskriptif. Metode deskriptif adalah metode yang digunakan peneliti untuk penelitian ilmiah yang diajukan dalam pemecahan masalah yang ada sekarang dan pelaksanaannya tidak terbatas kepada pengumpulan tetapi juga meliputi analisis dan interpretasi tentang arti data (Winarno, Surahmad, 1986: 131). Dalam kajian ini penulis menggunakan studi kepustakaan atau *library*

*research*, yakni studi yang dilakukan melalui mengumpulkan data atau karya tulis ilmiah yang bertujuan untuk memecahkan suatu masalah yang pada dasarnya tertumpu pada penelaahan kritis dan mendalam terhadap bahan-bahan pustaka yang relevan.

## **Hasil dan Pembahasan**

### **A. Kopi sebagai Representasi Identitas Budaya Lokal yang Mengglobal**

Indonesia dianggap sebagai salah satu negara yang memiliki kuliner sangat banyak, julukan sebagai “surga kuliner” pun melekat dengan erat. Salah satu kuliner yang menjadi kebanggaan bagi masyarakat Indonesia adalah kopi. Kehadiran kopi dianggap sebagai sebuah representasi dari identitas lokal. Siapa yang tak mengenal kopi, dilihat dari sejarahnya kopi berasal dari Ethiopia yang pada zamannya kopi dianggap sebagai obat penyakit kulit. Perkembangan kopi terus berkembang dari waktu ke waktu dengan pengembangan berupa biji kopi yang dipanggang, dihancurkan dan direbus sehingga menjadi secangkir kopi. Kopi dibawa oleh para penjajah Belanda ke Indonesia sekitar abad ke-17 melalui sistem tanam paksa (*Cultuurstelsel*) atau yang kita kenal kerja rodi menyebar ke seantero daerah dari Sabang hingga Merauke, sehingga menyebabkan kopi yang ditanam memiliki cita rasa yang memiliki kekhasan tersendiri dari segi cita rasanya. Maka dari itu, kopi merepresentasikan sebagai sebuah identitas lokal bukan hanya sekedar komoditi semata.



**Varian Kopi Indonesia**

Sumber: <http://food.detik.com>

Identitas telah menjadi entitas dengan persebaran wilayah spasial yang tersebar dari Sabang hingga Merauke, kita bisa mengenal berbagai macam kopi seperti kopi Lampung, kopi Aroma khas Bandung, kopi Gayo khas Aceh, kopi Toraja khas Tana Toraja, kopi Komodo khas Nusa Tenggara dan berbagai macam kopi lainnya. Kopi Indonesia cukup populer karena keberagamannya, meskipun kopi bukan tanaman asli Indonesia namun kopi Indonesia memiliki ciri khas rasa yang menjadikannya dianggap sebagai komoditi lokal. Siapa yang tidak mengenal kopi Indonesia, Masyarakat dunia begitu menyukai kopi khas Indonesia, bahkan kedai sebesar Starbucks yang berasal dari Amerika menggunakan salah satu jenis kopi dari Indonesia, dan kopi di Indonesia memiliki konsumen yang sangat banyak yang secara tidak langsung kopi Indonesia dianggap sebagai identitas yang mengglobal.



**Persebaran Kopi Indonesia**

Sumber: <http://jakartavenue.com>

Dengan perkembangan yang sangat pesat itulah menjadikan kopi menjadi komoditi yang paling populer yang mengglobal. Tidak hanya dikonsumsi oleh generasi tua saja tetapi juga generasi muda, tidak hanya identik dengan pria saja tetapi wanita juga, kopi dianggap sebagai minuman yang terbuka untuk semua kalangan dalam menikmatinya. Selain itu, kopi juga merepresentasikan identitas lokal yang menjadikan kopi dianggap sebagai bagian dari budaya seperti adanya budaya minum kopi.

Salah satu budaya kopi yang merepresentasikan identitas yaitu yang ada pada masyarakat Suku Using, Desa Kemiren Banyuwangi yang memiliki keunikan tersendiri. Studi dilakukan oleh Anam, dkk pada tahun 2015 yang memperkenalkan budaya "*Lungguh, Gupuh dan Suguh*". Pengembangan budaya kopi pada masyarakat Suku Using, Desa Kemiren ini mencoba merepresentasikan kopi sebagai sebuah identitas dengan misi *to educate people* dengan konsep bagaimana kopi dianggap sebagai karakter sosial masyarakatnya berupa semangat persaudaraan.

Representasi *Lungguh, Gupuh dan Suguh* menurut Anam, dkk (2015), berkonsep dengan mempersilahkan tamu untuk menikmati kopi sebagai sebuah penghormatan dengan nilai disebut *Lungguh*, lalu tuan rumah menghadirkan kopi sebagai bentuk untuk menyambut tamunya yang disebut *Gupuh*, dan sikap untuk saling menghormati disebut dengan *Suguh*. *Lungguh, Gupuh dan Suguh* diidentifikasi sebagai sebuah budaya yang khas masyarakat Suku Using, Desa Kemiren Banyuwangi dalam menjadikan kopi sebagai sebuah identitas lokal. Penyajiannya yang bersifat lokal menjadikan itu menjadi sebuah kekhasan sebuah masyarakat dan dapat mengglobal.

Apa yang dipaparkan mengenai budaya kopi di Suku Using, Desa Kemiren Banyuwangi merupakan sebagian hal kecil mengenai bagaimana representasi kopi sebagai identitas budaya lokal, tentu masing-masing daerah memiliki representasi kopi sebagai budaya tersendiri yang menjadi identitas lokal daerah itu sendiri. Dari representasi itu menjadikan sebuah dampak tidak langsung dalam pengembangan budaya lokal yang akan menjadi identitas yang mengglobal.

## **B. Globalisasi dan Eksistensi Kopi sebagai Komoditi Budaya**

Globalisasi menjadi fenomena yang setiap penjuru dunia tentu mengalaminya dan melahirkan sebuah transformasi perubahan ke seluruh aspek kehidupan manusia. Secara umum globalisasi dianggap proses budaya yang mengglobal. David Held (dalam Kusasi, 2010, hlm. 34) menjelaskan karakteristik globalisasi yang diantaranya adalah:

1. Dengan perkembangan transportasi dan komunikasi, aliran modal, barang, orang, citra dan ide mengalami percepatan yang luar biasa dalam penyebaran ke seluruh dunia.
2. Ikatan dan interaksi baru yang melintasi batas-batas negara tidaklah bersifat sporadis atau tidak terencana, melainkan teratur dan sistematis.
3. Globalisasi membawa perluasan praktek sosial, budaya, politik dan ekonomi di tempat-tempat yang jauh, sehingga memungkinkan satu tindakan kecil kita dapat memiliki dampak di wilayah asing yang jauh.
4. Sebagai hasilnya, globalisasi meningkatkan keterhubungan antara yang global dengan yang lokal. Sementara orang tetap menjalani kehidupan mereka secara lokal, mereka harus berurusan dengan kejadian di tingkatan global. Kejadian-kejadian global memiliki pengaruh pada tingkat lokal, dan pembangunan lokal pun memiliki efek global.

Karakteristik globalisasi dianggap memiliki perkembangan yang dinamis dan dianggap cepat dalam memberikan pengaruhnya ke seluruh aspek dan kehidupan masyarakatnya. Melalui interaksi dan praktek yang berdampak bagi masyarakat, hal itu juga tidak bisa dilepaskan dari unsur lokal juga. Unsur lokal tidak hanya sekedar bagaimana harus dihilangkan tapi harus ada upaya untuk menggloabalkan agar tidak hilang begitu saja. Unsur lokal harus dijadikan sebuah dasar dalam menentukan sikap kita yang menggloabalkan.

Antara Globalisasi dan eksistensi budaya lokal memiliki keterkaitan yaitu globalisasi dipandang sebagai virus yang dapat mempengaruhi eksistensi budaya lokal (Hufad,dkk, 2016, hlm. 4). Artinya, perlu ada penyikapan sebagai bentuk pertahanan eksistensi budaya lokal ditengah arus globalisasi yang begitu cepat. Penyikapan unsur homogenisasi globalisasi budaya barat bukan merupakan sebuah ancaman bagi eksistensi budaya kearifan lokal. Indonesia sebagai negara yang kaya akan unsur budaya yang terbentang dari Sabang hingga Merauke harus mampu eksis ditengah masuknya arus globalisasi dari negara barat.

Permasalahan eksistensi budaya ini menjadi hal yang perlu kita cermati agar mampu bertahan pada era globalisasi. Dijelaskan oleh Gupta dan Ferguson (dalam Kusasi, 2010, hlm. 34) bahwa kita harus memandang globalisasi sebagai homogenisasi budaya, dengan praktik dialog antara aspek lokal dan global. Namun, upaya dalam mempertahankan eksistensi budaya ini saat ini masyarakat sudah mulai melek akan urgensi menjaga kearifan lokal di tengah cepatnya arus globalisasi, seperti pengakuan batik sebagai unsur budaya asal Indonesia yang secara tidak langsung masyarakat dunia mulai meminati batik sebagai salah satu fashion yang menggloabalkan. Sama halnya dengan keberadaan kopi yang dianggap menjadi sebuah

eksistensi bagi komoditi budaya yang mengglobal. Dari waktu ke waktu, kopi terus mengeksistensikan diri sebagai sebuah identitas dan komoditi budaya.

Kopi asal Indonesia memiliki citra positif di mata masyarakat dunia. Cita rasa aromanya dinilai alami kopi, berbeda dengan cita rasa kopi asal Afrika misalnya yang didominasi unsur *fruity* sehingga aroma kopi serasa tidak alami rasa kopinya. Salah satu kopi favorit masyarakat dunia adalah kopi asal Sumatera, yang memiliki aroma bau tanah alami bagaikan sehabis hujan, rasa kopi yang kuat dan tahan lama dan tingkat keasaman yang rendah (Kusasi, 2010, hlm. 64). Hal ini tentu menjadi kebanggaan masyarakat Indonesia bahwa kopi asal Sumatera dapat eksis sebagai komoditi budaya yang mengglobal.

### C. Kopi Luwak yang Mendunia

Kopi luwak merupakan salah satu komoditi budaya Indonesia. Luwak merupakan sejenis binatang yang lebih kita kenal dengan nama musang. Mungkin tedengar aneh apa keterkaitan antara kopi dan binatang luwak. Mengapa dinamakan kopi luwak? Hal ini terjadi karena biji kopi yang diolah merupakan hasil dari kotoran luwak. Luwak merupakan sejenis musang yang memiliki indera penciuman yang tajam sehingga apa yang dikonsumsi terdiri dari buah-buahan dan kopi. Setelah kopi dimakan oleh Luwak lalu dicerna dan keluar kotoran yang biji kopinya masih terbilang utuh, sehingga tidak dicerna dengan baik.



**Luwak**

Sumber: <http://iranybali.cafeblog.hu>



**Olahan Biji Kopi Luwak**

Sumber: <http://kopiwow.com>

Biji kopi luwak begitu populer di kalangan pecinta kopi di dunia karena biji kopi yang terfermentasikan secara alami. Proses fermentasi berlangsung lebih dari 12 jam yang dalam



sistem pencernaan luwak mengandung berbagai enzim seperti *karboksi peptidase*, *amino peptidase* dan *peptidase* yang menjadikan cita rasa dan aroma kopi memiliki rasa yang berbeda dengan pengolahan menggunakan mesin (Ditjen PEN, 2013, hlm.3). Dari proses panjang tersebut menjadikan kopi luwak merupakan salah satu kopi termahal di dunia, selain itu proses pengolahannya bersifat alamiah bebas zat kimiawi.

Eksistensi kopi luwak sudah merambah hingga kancah internasional, tentu tidak kalah dengan produk kopi lainnya. Bagi penikmat kopi, secangkir kopi luwak sangatlah nikmat disantap bahkan sekelas Oprah Winfrey pun menyukainya. Hal itu menjadikan kopi luwak mendunia dan mengglobal.

#### **D. Kedai Kopi sebagai Gaya Hidup Kaum Urban**

Manusia Indonesia adalah manusia yang dianggap berbudaya, artinya bahwa sebuah kebiasaan dapat dianggap sebagai bentuk budaya. Seperti halnya budaya minum kopi yang tidak dapat terlepas dari kultur masyarakat kita. Budaya minum kopi menjadi sebuah fenomena yang makin berkembang dari waktu ke waktu dan menjadikannya sebagai gaya hidup kaum ruban kekinian. Kopi dijadikan teman dikala ingin mengisi waktu luang ataupun bercengkaram bersama teman-teman sehingga industri kopi ini terus berkembang ditandai dengan mulai bermunculan *Coffe shop* atau yang lebih dikenal dengan Kedai Kopi. Keberadaan kedai kopi bagaikan sebuah akar yang terus menerus menjaral berkembang dari waktu ke waktu. Hal itu disebabkan karena kopi merupakan komoditi yang laris dan selalu diburu sebagai teman nongkrong semua kalangan tidak memandang usia maupun gender.



**Starbuck Coffee**

Sumber: <http://lifestyle.okezone.com>



**Nongkrong di Starbuck Coffee**

Sumber: <http://jagatreview.com>

Starbucks hadir sebagai salah satu kedai kopi yang awal mulanya berada di Seattle, Amerika yang mengekspansi ke seluruh dunia salah satunya Indonesia. Sebagai salah satu kedai kopi yang laris di masyarakat Indonesia, keberadaannya begitu mengglobal sehingga dijadikan sebagai gaya hidup masa kini kaum urban. Konsep yang ditawarkan oleh pihak Starbucks adalah bagaimana pelanggan dapat bertahan lama (*stay longer*) menikmati kopi yang ditawarkan dengan menyediakan akses *Wi-fi* (Herlyana, 2012, hlm 192). Starbucks menjadi bagian dari globalisasi yang menyebar dengan cepat di kalangan masyarakat kita dan menjadi gaya hidup kaum urban di kota kosmpolit.

### **Simpulan**

Fenomena globalisasi hadir di masyarakat sebagai fenomena yang mencoba untuk menghomogenisasi segala aspek kehidupan masyarakat yang mengalami perubahan. Proses perubahan yang menyeluruh ini berlangsung secara dinamis dan lajunya cepat. Hal ini terkadang menjadi sebuah ancaman bagi eksistensi budaya lokal, sehingga harus disikapi arif dan bijaksana oleh kita. Globalisasi mencoba mengubah segala aspek kehidupan, salah satunya kuliner. Kuliner sangat mudah menyebar ke seluruh aspek kehidupan manusia. Itu dapat terjadi karena kuliner merupakan sesuatu yang selalu kita konsumsi di kehidupan sehari-hari secara tidak langsung terasa oleh kita.

Kopi dijadikan salah satu komoditi pangan yang populer di kalangan masyarakat kita. Kehadiran kopi asal Indonesia ini memiliki keunikan tersendiri, karena cita rasa dan aroma khasnya begitu digemari masyarakat dunia. Kopi luwak dijadikan salah satu identitas kuliner lokal yang mengglobal dan menjadi ciri khas kopi asal Indonesia. Selain kopi luwak, kehadiran kedai kopi pun dianggap sebagai fenomena yang mengglobal salah satunya adalah Starbucks.

Kehadiran Starbucks bagaikan fenomena McDonald yang mengglobal dengan melakukan ekspansi ke seluruh dunia. Namun, ternyata lagi-lagi kopi asal Indonesia menjadi daya tarik bagi penikmat kopi. Kopi asal Sumatera diolah oleh Starbucks dan merupakan kebanggaan bagi masyarakat Indonesia bahwa kopi asal Indonesia mampu mengglobal melalui kulinernya, sama halnya seperti Rendang maupun Nasi goreng. Dengan adanya kedai kopi pun makin berkembang pula budaya “nongkrong” yang menjadikannya sebagai gaya hidup kaum urban kekinian. Kopi telah mengglobalisasi untuk jangan sampai unsur lokalitas hilang

begitu saja. “*Think Globally, Act Locally*” perlu diimplementasikan agar identitas dapat bertahan di tengah arus globalisasi ini.

### **Daftar Pustaka**

- Anam, Syamsul, dkk. (2015). *Laporan Penelitian Unggulan Perguruan Tinggi: BUDAYA KOPI Pengembangan Perkampungan Etnik Using dan Potensi Kuliner Berbasis Lokalitas*. Jember: Lembaga Penelitian Univeristas Jember.
- Ditjen PEN. (2013). *Pesona Kopi Luwak*. Jakarta: Kementerian Perdagangan Republik Indonesia.
- Herlyana, Elly. (2012). Fenomena Coffee Shop sebagai Gejala Gaya Hidup Baru Kaum Muda. *Thaqāfiyyāt*, 13 (1), 187-204.
- Hufad, Achmad, dkk. (2016). *WIDE: Telaah tentang Fenomena dan Fakta Sosial Finding Fact Pendidikan Sosiologi dalam Perspektif Globalism dan Localism*. Bandung: UPI PRESS.
- Kusasi, Rahayu. (2010). *Globucksisasi: Meracik Globalisasi melalui Secangkir Kopi*. Depok: Kepik Ungu.
- Ramadhani, Ismar. "Ketidaksetaraan dalam Kenikmatan Warung Kopi." In *De Atjehers: Dari Serambi Mekkah ke Serambi Kopi*, by Muhajir Al Fairusy and Saiful Akmal, 198-204. Banda Aceh: Padebooks, 2018.
- Sari, Rany Permata. *Perempuan dan Warung Kopi (Analisis Terhadap Perilaku Perempuan dan Persepsi Masyarakat di Kota Banda Aceh)*. Skripsi, Banda Aceh: Universitas Syiah Kuala, 2014.
- Zulfikar, Teuku. "Identitas Aceh dalam Segelas Kopi." In *De Atjehers: Dari Serambi Mekkah ke Serambi Kopi*, by Muhajir Al Fairusy and Saiful Akmal, 2-21. Banda Aceh: Padebooks, 2018.